

Perancangan Media Promosi Rumah Batik Jawa Timur

Ronald Adiguna Halim¹, Wibowo², Rika Febriani³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: ronaldadigunahalim@gmail.com

Abstrak

Rumah Batik Jawa Timur ini didirikan sejak tahun 2008 oleh bapak Syarif Usman. Rumah Batik Jawa Timur ini dapat disebut sebagai wadah pelestarian kain batik tulis Jawa Timur. Meskipun usaha ini masih terbilang baru usaha ini berkembang dengan cepat. Disayangkan kurangnya media promosi yang dilakukan hingga keberadaan Rumah Batik Jawa Timur kurang dikenal oleh remaja. Perancangan media promosi Rumah Batik Jawa Timur ini diciptakan untuk meningkatkan eksistensi dan kepopuleran batik Jawa Timur dikalangan remaja khusus wilayah Surabaya.

Kata Kunci: Perancangan, Promosi, Rumah Batik Jawa Timur

Abstract

Title: *Promotion Visual Communication Plan “House of Louis” Salon Surabaya*

Rumah Batik Jawa Timur established since 2008 by Mr. Syarif Usman. Rumah Batik Jawa Timur can be called as container preservation of batik cloth in East Java. Although this is still relatively new business venture is expanding rapidly. Unfortunate lack of a media campaign that made up the existence of Rumah Batik Jawa Timur is less known by teenagers. Designing a media campaign in Rumah Batik Jawa Timur was created to improve the existence and function as popularity among young East Java batik special area of Surabaya.

Keywords: *Design, Promotion, Rumah Batik Jawa Timur*

Pendahuluan

Rumah Batik Jawa Timur adalah Showroom jual – beli dan kursus membatik. Dalam Rumah Batik Jawa Timur ini memiliki beragam koleksi batik dari 16 kabupaten yang memiliki ragam dan corak tersendiri pada setiap daerahnya. 16 kabupaten tersebut diantaranya adalah batik Sumenep, Pacitan, Banyuwangi, Jember, Tulungagung, Bangkalan, Surabaya, Sidoarjo, Pamekasan, Sampang, Jombang, Kediri, Lamongan, Tuban, Pasuruan, Malang, Batu.

Keistimewaan dari Rumah Batik Jawa Timur yang berlokasi di jalan Margorejo ini memproduksi batiknya menggunakan cara tradisional sehingga memiliki harga yang relative mahal karena proses pembuatan batik tulis yang sangat rumit dan manual bisa memakan waktu yang lama untuk satu lembar kain batik tulis.

Rumah Batik Jawa Timur perlu dikenalkan kepada remaja karena mulai meninggalkan rasa ketertarikannya kepada batik. Banyak faktor penyebabnya antara lain karena tinggal di era modern, mengenal teknologi, dan menganggap batik adalah sesuatu yang kuno. Sehingga tidak menanamkan rasa cinta terhadap kebudayaan membatik. Hal ini tidak boleh dianggap remeh karena batik merupakan bentuk kesenian yang diturunkan nenek moyang kita dan merupakan salah satu kerajinan khas Indonesia. Batik menjadi salah satu daya tarik bagi negara lain. Tetapi disayangkan karena generasi muda sebagai pewaris dari kebudayaan batik tidak memiliki ketertarikan yang besar terhadap batik.

Remaja saat ini tertarik dengan sesuatu yang berhubungan dengan *fashion*, maka dari itu diperlukan perancangan media promosi yang tepat untuk menggabungkan kebudayaan batik dan *fashion* untuk menarik perhatian remaja dalam mengenal batik tulis khas Jawa Timur. Perancangan media promosi ini bertujuan agar Rumah Batik Jawa Timur dikenal

remaja Surabaya sebagai sarana yang tepat untuk mengenal batik tulis khas Jawa Timur.

Rumusan Masalah

- a. Bagaimana merancang media promosi yang efektif, sehingga dapat memotivasi remaja untuk tertarik mengunjungi Rumah Batik Jawa Timur.
- b. Bagaimana merancang media promosi yang efektif, sehingga dapat memotivasi remaja untuk tertarik mengunjungi Rumah Batik Jawa Timur.

Tujuan Perancangan

- a. Bagaimana merancang media promosi yang efektif, sehingga dapat memotivasi remaja untuk mengunjungi Rumah Batik Jawa Timur
- b. Bagaimana merancang media pendukung yang menarik untuk membantu pengunjung yang mengunjungi Rumah Batik Jawa Timur

Batasan Masalah

- a. Perancangan media promosi Rumah Batik Jawa Timur untuk memperkenalkan budaya batik kepada remaja Surabaya.
- b. Untuk wilayah Surabaya
- c. Target Audience
 - Demografis
 - Usia : 13 – 20 tahun
 - Jenis Kelamin: Laki – laki dan perempuan
 - Pendidikan : SMP dan SMA
 - Geografis
 - Wilayah : Surabaya
 - Ukuran kota : Kota besar
 - Kepadatan : Perkotaan, pinggiran kota
 - Psikografis
 - Kepribadian : Mempunyai rasa ketertarikan yang tinggi terhadap budaya batik Jawa Timur.
 - Behaviour : Ramah, supel, peduli terhadap budaya batik Jawa Timur.

Manfaat Perancangan

- a. Bagi Rumah Batik Jawa Timur, manfaatnya agar lebih dikenal luas oleh remaja – remaja Surabaya, dan menambah pengunjung.
- b. Bagi penulis dan rekan seprofesi, manfaatnya adalah sebagai sarana pembelajaran didalam membuat media promosi dimulai dari penyusunan konsep sampai pada tahap produksi dan pasca produksi.
- c. Bagi Masyarakat manfaat yang didapat adalah lebih mengenal dan mencoba untuk berekreasi sambil mengenal budaya – budaya batik Jawa Timur di dalam Rumah Batik Jawa Timur.

Metode Pengumpulan Data

- a. Perpustakaan
Mencari data tentang batik Jawa Timur, mulai dari motif hingga makna dari gambar.
- b. Wawancara
Wawancara dengan narasumber mengetahui apa kendala yang dialami selama ini dalam proses dan menggali informasi penting agar mempermudah dalam merancang media promosi yang efektif, sehingga dapat memotivasi remaja untuk mengunjungi Rumah Batik Jawa Timur.
- c. Internet
Menelusuri dan mencari data – data dari internet agar memperbanyak informasi sehingga dapat membantu dalam proses pembuatan media promosi yang efektif dan menarik untuk mengajak pengunjung berkunjung kedalam Rumah Batik Jawa Timur.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah:

- a. Metode Kualitatif, Dengan cara meneliti pengunjung yang mengenal dengan baik tentang kelemahan dan kelebihan masing – masing batik untuk menjadikan acuan dalam membuat desain yang dapat langsung mengenai target market.
- b. Analisa SWOT, Kekuatan budaya dalam Rumah Batik Jawa Timur sangat kuat karena disetiap produksi dari batik yang dijual merupakan hasil dari pengrajin asli dari daerahnya. Selain itu Rumah Batik Jawa Timur juga menyediakan wadah pelatihan membatik untuk masyarakat yang ingin mengenal kebudayaan membatik. Pelatihan ini boleh diikuti oleh pemula maupun lanjutan. Tetapi ada beberapa kelemahan yang membuat keberadaan Rumah Batik Jawa Timur kurang dikenal. Kelemahan yang dimiliki adalah kurangnya media promosi yang dilakukan. Dengan melakukan promosi melalui internet seperti sosial media akan memberikan informasi kepada golongan remaja tentang keberadaan Rumah Batik Jawa Timur. Remaja memiliki potensi yang bagus dalam membudayakan batik tulis Jawa Timur.

Konsep Perancangan

Menggunakan konsep kreatif yang tepat. Media promosi Rumah Batik Jawa Timur akan dibuat dengan konsep yang menarik perhatian remaja dalam mempelajari cara membatik.

Studi Literatur

Sejarah pembatikan di Indonesia berkait erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di Tanah Jawa. Bisa dikatakan perkembangan batik berasal dari Jawa Timur (Majapahit adalah kerajaan besar di Jawa Timur). “Namun dalam beberapa catatan, pengembangan batik m).Ilai dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram (Jawa Tengah), yang meruntuhkan Kerajaan Majapahit, kemudian pada masa Kerajaan Solo dan Yogyakarta.

Batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian. Awalnya batik dikerjakan hanya terbatas dalam kraton saja dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta para pengikutnya. Oleh karena banyak dari pengikut raja yang tinggal di luar kraton, maka kesenian batik ini dibawa oleh mereka keluar kraton dan dikerjakan di tempatnya masing-masing. Lama-lama kesenian batik ini ditiru oleh ibu-ibu tetangga dan selanjutnya meluas menjadi pekerjaan kaum wanita, ibu rumah tangga, untuk mengisi waktu senggang.

Seni batik meluas menjadi milik rakyat Indonesia, terutama Jawa, setelah akhir abad XVIII atau awal abad XIX. Batik yang dihasilkan ialah semuanya batik tulis sampai awal abad ke-XX dan batik cap dikenal baru setelah Perang Dunia I berakhir atau sekitar 1920. Banyak daerah-daerah pusat perbatikan di Jawa adalah daerah-daerah santri dan kemudian batik menjadi alat perjuangan ekonomi oleh tokoh-tokoh pergerakan Muslim yang juga pedangang batik untuk melawan perekonomian Belanda.

Nama Perusahaan

- Nama Perusahaan : UD Rumah Batik Jawa Timur
- Alamat : Jl margorejo 143 Wonocolo - Surabaya
- No telepon : 087774712376
- No fax : 031 – 849936
- Email :
rumahbatikjawatimur@gmail.com

Pengelola Perusahan

UD Rumah Batik Jawa Timur merupakan perusahaan dalam bentuk dagang sehingga pemilik usaha adalah perseorangan. Pemilik Rumah Batik Jawa Timur ini adalah Usman. Usaha ini dibuka sejak lama, sebelum beliau terjun dalam bisnis ini sudah dijalankan oleh orang tua. Dalam Rumah Batik Jawa Timur Pak Usman sebagai pemilik dan istrinya yang bernama fitria sebagai kasir dan mengurus pembukuan beserta keuangan perusahaan. Dalam proses produksi Pak Usman memiliki pengrajin asli dari Madura yang berperan dalam memproduksi batik – batik tulis

Madura yang ditawarkan dalam Rumah Batik Jawa Timur.

Produk Yang Dipasarkan

Produk yang dipasarkan di Rumah Batik Jawa Timur adalah batik khas Jawa Timur diantaranya berasal dari kota Sumenep, Pamekasan, Sampang, Bangkalan, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan, Tuban, Pasuruan, Malang, Batu, Jombang, Kediri, Pacitan, Banyuwangi, Jember, Tulungagung. Terdapat berbagai macam motif yang ditawarkan seperti motif batik bertemakan hewan, tumbuhan, garis, dan jenis batik kontemporel. Berikut rincian produk yang dipasarkan.

- Seragam
- Pakaian jadi
- Rok
- Syall batik
- Bahan – Bahan membatik
- Kain batik tulis Jawa Timur

Potensi Perusahaan

UD Rumah Batik Jawa Timur merupakan usaha yang berpotensi dalam melestarikan budaya batik yang dimiliki wilayah Jawa Timur. Hal ini tampak dari usaha memasarkan batik – batik tulis yang dimiliki oleh pengrajin batik Jawa Timur. Partisipasi dalam memasarkan batik khas Jawa Timur melalui pameran dan bazar yang diadakan di kota Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat pemasaran produk yang disebarakan hingga menembus pasa Malaysia dan Myanmar. Pada beberapa tahun kemarin UD Rumah Batik Jawa Timur pernah dipercaya membuat pakaian batik untuk mantan presiden negara Indonesia yaitu bapak Suharto dan sekeluarga dalam sebuah acara. Ini adalah suatu kebanggaan besar dalam perusahaan UD Rumah Batik Jawa Timur karena telah dipilih untuk membuat pakaian untuk mantan presiden negara kita. Hal ini membuktikan bahwa Rumah Batik Jawa Timur memproduksi batik tulisnya dengan kualitas yang tidak perlu diragukan.

Potensi Ekonomi

Potensi ekonomi dalam Rumah Batik Jawa Timur sangat baik. Dilihat dari cara memasarkan produk batik tulisnya Rumah Batik Jawa Timur memiliki pasar yang besar. Karena dapat kita lihat Rumah Batik mampu menembus pasar luar negeri seperti Malaysia dan Myanmar. Hal ini membuktikan bahwa potensi ekonomi dalam Rumah Batik Jawa Timur dapat berkembang dengan baik bila dikelola dengan tepat dan strategi promosi yang langsung pada target.

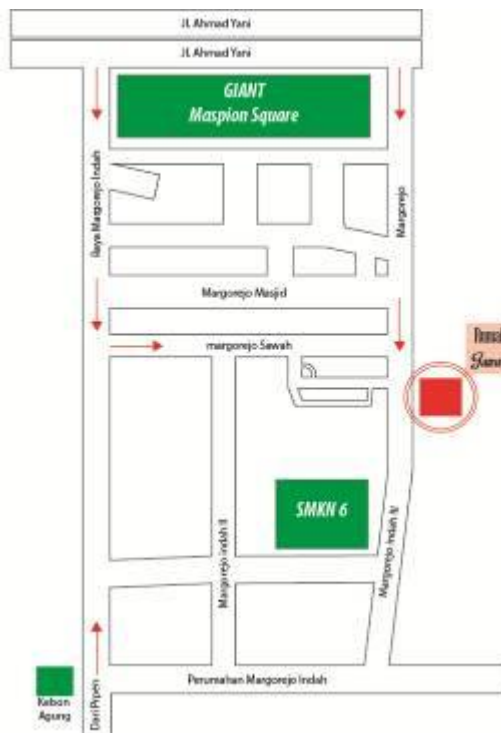
Potensi Pendidikan

Potensi pendidikan pada rumah batik Jawa Timur dalam membatik sangat mendukung dalam pelestarian batik tulis Jawa timur. Karena dalam pembelajaran membatik fasilitas yang diberikan memadai dan pengajar merupakan pengrajin asli batik tulis. Dalam mempelajari batik akan mendapatkan ilmu yang bermanfaat yang tidak akan kita dapat di tempat lain, dikarenakan pengajar merupakan pengrajin asli batik tulis Madura. Ditambah lagi bahan dan cara membuat batik tulis menggunakan cara tradisional.

Potensi Pariwisata

Potensi pariwisata pada Rumah Batik Jawa Timur berjalan dengan didukungnya kerjasama dari perusahaan *travel* dan *taxi*. Disetiap penumpang atau turis yang berkunjung ke kota Surabaya akan disarankan mengunjungi Rumah Batik Jawa Timur. Tidak sedikit turis tertarik dengan batik tulis khas Jawa Timur. Disetiap perusahaan *travel* dan *taxi* sering menerima pertanyaan dari turis dimana dapat membeli batik. Dari sana pihak *travel* dan *taxi* selalu membawa pelanggannya untuk berkunjung ke Rumah Batik Jawa Timur. Turis kerap membeli kain batik untuk dibawa pulang ke negara asalnya sebagai koleksi pribadi, oleh – oleh, pakaian , dan lain – lain.

Lokasi Perusahaan



Gambar 1. Denah Lokasi Perusahaan

Data Visual



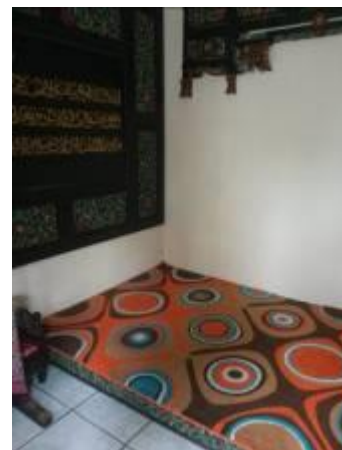
Gambar 2. Data Visual Papan Nama Rumah Batik



Gambar 3. Data Visual Rumah Batik Jawa Timur



Gambar 4. Data Visual Papan Nama Fiesta Madura



Gambar 5. Data Visual Tempat Pelatihan Membatik

Nama Produk

Produk yang diproduksi oleh Rumah Batik Jawa Timur adalah batik tulis Madura yang merupakan hasil dari pengrajin asli daerah Madura. Batik tulis Madura yang diproduksi ini diberi merk sendiri yang bernama Fiesta Madura. Semua Produk yang merupakan hasil produksi UD. Rumah Batik Jawa Timur diberi label yang bermerk Fiesta Madura.

Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk batik tulis Madura ini adalah menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan proses pembuatannya menggunakan cara tradisional sehingga memiliki nilai lebih. Yang membedakan batik Fiesta Madura dengan batik tulis oleh pengrajin lainnya adalah hasil jadi kain batik Fiesta Madura memiliki tekstur yang bersih dibandingkan dengan batik khas pengrajin Madura lainnya yang terkadang masih meninggalkan bekas lilin. Setelah itu proses pewarnaan menggunakan cara tradisional dengan mencuci kain bersama dengan campuran soda abu serta minyak jarak, Sehingga serabut kain yang halus dapat hilang dan hasil pewarnaan bisa menyerap sampai kedalam kain hingga dapat bertahan lama sampai 5 tahun. Dan yang terpenting semua produk yang dijual dalam Rumah Batik Jawa Timur merupakan hasil produksi dari pengrajin asli Jawa Timur.

Harga Produk

Harga produk Fiesta Madura mulai dari Rp 150.000 – 4.500.000. Tergantung dari bahan dan kerumitan dalam proses pembuatan batik tulis. Produk yang diproduksi bermacam - macam. Ini adalah kain batik yang telah dikelolah menjadi barang yaitu :

- Seragam (kantor dan sekolah) 90.000 - 250.000
- Pakaian jadi (wanita) 90.000 – 450.000
- Pakaian jadi (pria) 100.000 – 3.500.000
- Syall batik 50.000 – 500.000
- Kain batik tulis Jawa Timur 150.000 – 3.000.000

Positioning Produk

Positioning produk Rumah Batik Jawa Timur tidak meninggalkan kesan tradisional kebudayaan dan corak warna yang cerah mencerminkan batik tulis khas Madura. Batik tulis Madura menggunakan warna yang terang seperti warna merah, kuning, dan hijau.

Konsumen

Konsumen dari Rumah Batik Jawa Timur 80% terdiri dari masyarakat Jawa Timur dan sisanya adalah turis

yang sedang berkunjung ke Surabaya. Mayoritas pengunjung Rumah Batik Jawa Timur adalah bapak dan ibu – ibu. Remaja yang hadir kebanyakan untuk melakukan pelatihan membatik. Terjadi beberapa kali kejadian remaja datang minta dibimbing untuk melanjutkan tugas membatik sekolahnya. Beberapa kali menerima pesanan dari luar negara seperti negara Malaysia dan Myanmar.

Data Visual Produk



Gambar 6. Data Visual Kain Batik Jawa Timur



Gambar 7. Data Visual Produk Batik Jawa Timur



Gambar 8. Aneka Warna Kain Batik Jawa Timur

Kegiatan dan Media Promosi

Rumah Batik Jawa Timur melakukan berbagai macam promosi dan kegiatan untuk memberitahukan keberadaan Rumah Batik. Kegiatan dan media promosi yang sudah dilakukan selama ini adalah membuat brosur, banner, facebook, papan nama, kartu nama dan mengikuti event dan bazaar tertentu di kota

Surabaya. Selain itu juga bekerja sama dengan pihak *travel* dan *taxi*, bagi turis yang tertarik dengan batik tulis dapat diantar untuk berkunjung ke Rumah Batik Jawa Timur. Pada bulan April Rumah Batik Jawa Timur akan mengikuti sebuah acara yang bergensi yang berlokasi di JCC Senayan Jakarta. Acara tersebut bernama INACRAFT. Acara itu merupakan salah satu pameran kerajinan terlengkap di Indonesia dan juga ajang promosi produk kerajinan lokal nusantara. Acara ini rutin setiap tahun digelar telah menjadi ikon dari pameran produk kerajinan Indonesia serta agenda tahunan pemerintah yang konsisten dalam mengembangkan promosi produk kreatif nusantara dari aspek yang kuantitas maupun kualitas. Acara ini diikuti Rumah Batik Jawa Timur bertujuan untuk meningkatkan kualitas ekspor produk batik tulis Madura yang diproduksi sendiri. Dengan harapan kerajinan nasional sendiri dapat menjadi salah satu sumber alternative untuk mendukung perekonomian Indonesia di era perdagangan bebas global.

Market Share

Omzet Rumah Batik Jawa Timur tidak selalu sama. Karena permintaan pasar tidak selalu sama. Terkadang dapat banjir orderan terkadang permintaan pasar tidak terlalu banyak. Omzet yang didapatkan perbulannya berkisar Rp 60.000.000 – 100.000.000,-

Distribusi

Distribusi Rumah Batik Jawa Timur 80% berasal dari wilayah Jawa Timur dan sekitarnya Rumah Batik Jawa Timur menjadi tempat kulak pedagang batik – batik Jawa Timur atau yang sedang memulai bisnis jual – beli batik tulis. Rumah Batik Jawa Timur mulai memfokuskan kepasar luar negeri seperti Myanmar dan Malaysia. Karena Malaysia dan Myanmar pernah melakukan pembelian kain batik di UD. Rumah Batik Jawa Timur. Dari sana Rumah Batik Jawa Timur memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan bisnisnya untuk *export* hasil batik tulis Madura ke luar negara Indonesia karena kualitasnya sudah tidak perlu diragukan.

Citra Perusahaan

Citra UD. Rumah Batik Jawa timur adalah galeri batik tulis khas Jawa Timur dan produk yang ditawarkan adalah hasil dari pengrajin – pengrajin asli Jawa Timuran. Selain citra sebagai galeri rumah batik dipandang sebagai wadah bagi masyarakat untuk mengenal dan mengetahui proses pembuatan batik menggunakan cara tradisional. Sehingga masyarakat Jawa timur tidak hanya mengenal motif batik tetapi juga proses pembuatan mulai dari proses penggambaran batik dan proses pewarnaan dalam

batik. Setelah itu tujuan dari Rumah Batik Jawa Timur ingin memberitahukan ke masyarakat Surabaya bahwa batik yang dimiliki oleh Jawa Timur sangatlah banyak dan motif yang beragam, hal ini dikarenakan kebanyakan orang mengenal batik Jawa Tengah dan sekitarnya.

Konsentrasi Pasar

Konsentrasi pasar lebih difokuskan untuk wilayah Surabaya dan sekitarnya seperti Sidoarjo, Madura, dan daerah – daerah sekitar. Hal ini bertujuan agar masyarakat Jawa Timur mengetahui bahwa batik tulis Jawa Timur memiliki macam yang banyak tidak kalah dengan batik – batik yang dimiliki oleh daerah lain.

Besaran Pangsa Pasar

Potensi pasar yang dimiliki Rumah Batik Jawa Timur cukup menjanjikan. Dapat kita lihat dari peminat batik wilayah Surabaya dan turis yang berkunjung untuk melihat koleksi dan proses pembuatan batik yang dilakukan oleh pengrajin batik dari wilayah asli batik tulis tersebut. Selain itu, pasar UD. Rumah Batik Jawa Timur mampu menembus pasar luar negeri seperti Malaysia dan Myanmar. Potensi pasar lainnya seperti sering melakukan pertukaran siswa dari luar negeri seperti Jepang, Thailand, Filipina, dan Negara Asia lainnya yang berminat mempelajari lebih jauh tentang batik. Dan sering datangnya turis-turis asing yang berkunjung ke Rumah Batik Jawa Timur untuk membeli oleh – oleh dan mempelajari cara membuat batik. Rumah Batik Jawa Timur mempunyai kerja sama dengan berbagai *travel* untuk mengajak turis – turis asing yang datang di Surabaya untuk berkunjung ke Rumah Batik Jawa Timur. Ini merupakan potensi pasar yang menjanjikan bila dikelola dengan baik.

Target Jumlah Permintaan 1 Tahun Mendatang

Target yang ingin dicapai pada 1 tahun ke depan oleh UD Rumah Batik Jawa Timur ingin memperluas pasar. Seperti tahun ini dan sebelumnya sudah mulai memasuki pasar luar negeri seperti Malaysia dan Myanmar, tahun berikutnya diharapkan dapat memasuki negara tetangga lain nya seperti Singapura, Thailand, dan sekitarnya. Dengan menambah pangsa pasar sangat menguntungkan, selain nama dikenal luas omzet yang didapat pun ikut bertambah dan usaha dapat diperbesar sehingga budaya batik tulis Jawa Timur dapat dikembangkan dengan baik. Bila omzet bertambah pemilik akan memperbesar usahanya dan fasilitas dalam mempelajari batik tulis Jawa Timur akan semakin memadai.

Target Penjualan 1 Tahun Mendatang

Target penjualan 1 tahun mendatang minim harus meningkat 2 kali dari tahun ini. Pada bulan depan UD. Rumah Batik Jawa Timur akan mengikuti event bergengsi yang diadakan di Jakarta. Event itu adalah INACRAFT, dalam event ini yang dapat bergabung adalah pengrajin yang dapat dikatakan berpengalaman dan ternama. Ini adalah salah satu strategi UD. Rumah Batik Jawa Timur untuk meningkatkan penjualan batik tulis Jawa Timur yang diperjual belikan di Rumah Batik Jawa Timur. Diharapkan dengan mengikuti acara INACRAFT batik Jawa Timur dikenal oleh masyarakat luas dan memberikan rasa ketertarikan orang untuk membeli batik Jawa Timur.

Kesimpulan Analisis Data

Kesimpulan analisis data yang diperoleh adalah memperkenalkan citra Rumah Batik Jawa Timur dimasyarakat sebagai wadah yang tepat untuk membudayakan kain batik tulis Jawa Timur itu sangat penting. Karena itu merupakan keunggulan yang tidak dimiliki oleh tempat batik lainnya di wilayah Surabaya. Alasan ingin memperkenalkan Rumah Batik Jawa Timur adalah agar keberadaan kain batik tulis Jawa Timur dikenal oleh masyarakat Surabaya. Masyarakat Surabaya harus mengetahui bahwa Jawa Timur memiliki kain batik tulis yang tidak kalah dengan kain batik daerah lainnya. Toko batik yang berada dalam Surabaya menjual berbagai macam kain batik dari daerah lain, tetapi Rumah Batik Jawa Timur ingin membuat yang berbeda dengan toko – toko batik lainnya yang berada di wilayah Surabaya, yang hanya menjual kain batik tulis khas Jawa Timuran.

Tujuan Pemasaran

Pada saat ini persaingan sebuah produk dengan produk lain yang dijual sangat banyak. Untuk dapat mempertahankan sebuah produk dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang baik agar dapat bertahan. Agar dapat mencapainya perusahaan harus menjadi lebih efektif dan bernilai dibandingkan pesaing. Berikut adalah tujuan strategi pemasaran UD. Rumah Batik Jawa Timur.

Strategi Pemasaran

Untuk strategi pemasaran harus menggunakan strategi yang tepat agar promosi dapat berjalan dengan mendapatkan hasil yang ingin dicapai. Strategi yang digunakan dalam UD. Rumah Batik Jawa Timur menggunakan *Marketing Mix*. *Marketing Mix* digolongkan menjadi 4 kelompok yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

Tujuan Promosi

Menyebarkan informasi produk kepada target audience Rumah Batik Jawa Timur. Setelah itu tujuan dari promosi ini adalah meningkatkan profit dari sebelumnya. Diharapkan media promosi yang berjalan akan mendapatkan pelanggan baru dan menambah kesetiaan pelanggan lama. Fungsi lainnya adalah menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi penurunan terhadap permintaan pasar. Promosi juga dapat membedakan keunggulan produk yang dimiliki Rumah Batik Jawa Timur dengan tempat batik lainnya yang berada di Surabaya. Dalam media promosi dapat mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen mengenai Rumah Batik Jawa Timur. Tujuan promosi ini dibedakan 2, yaitu jangka pendek dan jangka panjang.

Strategi Media

Strategi media dilihat dari bagaimana target audience, program media, dan media penunjang UD. Rumah Batik Jawa Timur. Dari data yang dikumpulkan akan terlihat apa yang dibutuhkan dalam melakukan strategi media dalam mempromosikan UD. Rumah Batik Jawa Timur. Strategi media dibuat berdasarkan asumsi yang didasarkan pada hasil analisis, yaitu :

- Analisa peluang pasar. Analisis ini dilihat dari strategi produk, kebutuhan pasar, karakteristik , dan daya beli masyarakat. Hal ini bertujuan agar strategi media dapat langsung mengenai kepada *target audience* yang dituju.
- Analisa kompetitor. Melihat seberapa besar pengaruh kompetitor terhadap Rumah Batik Jawa Timur. Berapa harga yang ditetapkan pihak kompetitor untuk memberikan harga produk yang ditawarkannya. Melihat kekurangan yang dimiliki. Dari data yang dikumpulkan dapat dibuat strategi media untuk menunjukkan kelebihan yang dimiliki oleh Rumah Batik Jawa Timur kepada konsumen.

Panduan Media

Dalam penggunaan media dapat dilihat sejauh mana media dapat menjangkau sasaran yang dituju. Media - media itu media yang mampu berinteraksi secara langsung kepada konsumen. Oleh karena itu dalam menyampaikan sebuah pesan harus menggunakan media yang tepat dan efektif. Perencanaan media promosi ini adalah sebuah *event* yang akan dilakukan dalam beberapa bulan kedepan yang bertujuan mempromosikan keberadaan Rumah Batik Jawa Timur. Berikut adalah penjelasan event yang akan diadakan :

Banyak sekali orang yang lebih mengenal batik luar Jawa Timur. Padahal batik tulis Jawa Timur memiliki motif yang beragam dan corak yang tidak kalah

dengan batik daerah lain seperti batik Jawa Tengah. Tujuan dari *event* ini ingin memperlihatkan batik tulis Jawa Timur kepada remaja Surabaya. Selain itu event ini lebih ditargetkan kepada target audience yang sudah ditentukan diawal yaitu remaja Surabaya agar memiliki minat yang lebih terhadap kebudayaan batik tulis Jawa Timur dan mengajak mereka untuk mencoba dalam pelatihan membatik yang dimiliki oleh Rumah Batik Jawa Timur. Dengan begitu dapat member keterampilan terhadap remaja untuk mendorong munculnya ide industri *fashion* yang menggunakan bahan batik, sehingga dapat menaikkan nama batik tulis Jawa Timur.

Nama Event

Menggunakan nama Gebyar Kreasi Batik Jawa Timur agar *event* terlihat mewah dan menggunakan kalimat “kreasi “ menunjukkan dibutuhkan desain yang kreatif untuk mendesain. *Event* ini berhubungan dengan desain karena dilihat minat remaja terhadap fashion dari tahun ke tahun selalu meningkat. Ini adalah kesempatan untuk menggabungkan antara dunia fashion dan kain batik tulis Jawa Timur.

Konsep Event

Event ini dibuat seperti pameran yang berisi kain batik tulis Jawa Timur yang merupakan hasil produksi Rumah Batik Jawa Timur. Kain batik Jawa Timur ini untuk member tahu bahwa Rumah Batik Jawa Timur hanya menjual kain khas Jawa Timuran. Dengan begitu akan terlihat perbedaan Rumah Batik Jawa Timur dengan tempat batik lainnya di Surabaya. Selain pameran akan diadakan lomba mendesain kain batik tulis Jawa Timur, *modelling*, dan fotografi agar banyak remaja yang tertarik. Karena hal itulah yang pada saat ini sedang digemari remaja Surabaya.

Event

Event ini akan diadakan pada tanggal 2 oktober 2015. Tanggal yang ditentukan bersamaan dengan hari batik nasional. *Event* ini berlokasi pada Rumah Batik Jawa Timur yang berlokasi di Jl Margorejo 143 Wonocolo – Surabaya. Tujuannya untuk mengurangi biaya menyewa tempat untuk melakukan sebuah promosi, jadi biaya dapat dipergunakan sebagai media promosi pendukung lainnya. Selain itu keunggulan menggunakan tempat sendiri yang dimiliki adalah banyak remaja yang berkunjung dan mereka akan tahu lokasi dimana Rumah Batik Jawa Timur berada dan dengan begitu masyarakat luas akan mengetahui keberadaan Rumah Batik Jawa Timur. Acara ini akan dibuat berupa pameran kain batik produksi Rumah Batik Jawa Timur, modeling, fotografi dan mendesain kain batik Jawa Timur dengan memadukan tradisional

dan *modern*. Unsur tradisional akan terlihat dari bentuk bangunan khas Rumah Batik Jawa Timur dan mengundang beberapa pengrajin yang dimiliki oleh Rumah Batik yang berperan sebagai pengrajin yang memproduksi kain batik yang dijual di Rumah Batik Jawa Timur. Selain itu akan diadakan lomba membatik yang memadukan antara unsur tradisional dan *modern* sesuai dengan target audience yang ditentukan yaitu remaja. Dengan diadakan *event* ini remaja akan merasa tertarik untuk berkunjung dan menuangkan kreasi kedalam sebuah kain batik.

Media

a. Iklan surat kabar

Surat kabar yang dipilih adalah koran Jawa Pos, karena koran ini adalah koran yang dikenal *target audience*.

Ukuran : 170mmk

Iklan ini akan ditayangkan dalam 4 bulan setiap bulannya akan ditayangkan 1x dalam satu bulan. Minggu yang dipilih adalah minggu pertama.

b. Iklan majalah

Iklan majalah yang dipilih untuk mempromosikan Rumah Batik Jawa Timur disesuaikan dengan *target audience* yang ditentukan yaitu remaja. Setelah diputuskan majalah yang ditentukan adalah ICE Magazine. Majalah ini membahas tentang *fashion*. Ini sangat pas dengan promosi kain batik tulis Jawa Timur. Agar remaja tertarik dan dapat mengembangkan *fashion* menggunakan kain batik tulis Jawa Timur. Jadwal penayangan 1 minggu setelah jadwal penayangan yang dilakukan di koran Jawa Pos

c. Media Interaktif

Media interaktif yang dipilih adalah sosial media yang sedang digemari oleh target *audience*. Dilihat sosial media yang digemari oleh remaja saat ini adalah Instagram, Facebook, dan Twitter. Menggunakan media promosi melalui internet sangat membantu karena internet dapat dibuka dimana saja asal ada koneksi internet. Selain itu pada zaman ini semua orang hampir membuka internet untuk mencari informasi dan mempromosikan secara gratis tanpa harus membayar pada siapapun.

d. Poster

Poster ini bertujuan memberitahu keberadaan Rumah Batik Jawa Timur dan dapat difungsikan untuk beberapa hal lain seperti memberitahukan bahwa Rumah Batik Jawa Timur mengikuti sebuah pameran atau *event* tertentu. Dengan begitu konsumen yang tertarik akan ikut meramaikan stan Rumah Batik Jawa Timur pada saat pameran atau *event* berlangsung. Selain itu poster dapat memuat produk yang ditawarkan sehingga orang mengetahui

produk unggulan yang ada dalam Rumah Batik Jawa Timur. Poster akan disebarluaskan sesuai dengan *target audience*. Karena yang ditentukan adalah remaja poster akan disebarluaskan di beberapa sekolah desain ternama di Surabaya untuk ikut meramaikan acara dalam Gebyar Kreasi Batik Jawa Timur yang bertepatan dengan hari batik nasional.

e. Brosur

Brosur berisi produk yang ditawarkan, citra perusahaan, dan jasa yang ditawarkan dalam Rumah Batik Jawa Timur. Selain itu untuk member tahu keberadaan *event* Gebyar Kreasi Batik Jawa Timur kepada desainer remaja untuk ikut meramaikan hari batik Nasional.

f. Kartu nama

Kartu Nama bagi seorang pebisnis, baik itu *pemilik* maupun karyawan terutama marketing sangatlah penting, untuk itu hampir seluruh pebisnis yang profesional pasti memiliki Kartunama. Bahkan biasanya ada diantaranya yang memiliki beberapa jenis desain Kartu Nama maupun beberapa jenis Kartu Nama berdasarkan fungsinya. Dengan Kartu nama, juga akan memunculkan kesan baik ataupun kepercayaan profesionalisme dibanding hanya menyebutkan sebatas angka nomor telepon

g. X-Banner

X-Banner ini akan digunakan dan diletakkan pada pintu masuk Rumah Batik Jawa Timur dan sisanya akan digunakan pada saat mengikuti sebuah event dan pameran. X-Banner ini sangat bermanfaat untuk dilihat konsumen dan sangat mudah untuk dibawa pada saat dibutuhkan.

h. Invitation

Invitation akan disebarluaskan beberapa minggu sebelum event berlangsung. Akan disebarluaskan di pintu gerbang sekolah SMP – SMA dan mengikuti jam pulang sekolah masing – masing . *invitation* juga akan disebarluaskan di sekolah – sekolah desain ternama untuk mengundang para desainer untuk berkunjung meramaikan *event* dan pameran yang sedang berlangsung.

i. Flyer

Flyer akan disebarluaskan di jalan – jalan raya yang cukup padat dan ramai untuk dilalui para pengguna jalan dan kendaraan. Cara menyebarkan Flyer ini sangat membantu dalam memberitahu dan mempromosikan sebuah barang maupun memberitahu keberadaan sebuah *event* atau pameran.

J. Backdrop

Backdrop akan diletakkan dibelakang panggung yang akan disediakan pada *event* Gebyar Kreasi Batik Jawa Timur berlangsung. Backdrop ini akan sebagai pelengkap untuk mendekor pada saat acara berlangsung.

k. T-shirt

Untuk mempermudah pengunjung dalam bertanya soal produk maupun pada saat *event* berlangsung. Kaos ini akan dipakai pada saat menjaga toko harian dan pada saat Rumah Batik Jawa Timur mengadakan sebuah acara tertentu.

Konsep Kreatif

Tema pokok perancangan adalah “Rumah Batik Jawa Timur sebagai wadah dan tempat pelatihan Batik Tulis Jawa Timur. Didalam konsep desain menampilkan beberapa unsur yang dianggap kental di dalam Rumah Batik Jawa Timur diantaranya seperti batik tulis khas Madura, terdapat pelatihan membatik, batik tulis masih menggunakan cara yang tradisional. Dimana karakteristik inilah yang membuat Rumah Batik Jawa Timur berbeda dengan tempat batik lainnya di wilayah Surabaya yang hanya menjual tetapi tidak menyediakan wadah untuk pelatihan membatik dengan menggunakan pengrajin batik tulis asli dari daerahnya. Dan kebanyakan ditempat lain menjual batik yang berasal batik tulis Jawa Tengah. Tetapi karakter yang kuat dalam Rumah Batik Jawa Timur yang memperkenalkan batik tulis Jawa Timur harus ditonjolkan karena ini adalah salah satu kekuatan yang dimiliki yang membedakan Rumah Batik Jawa Timur dengan tempat batik lainnya.

Tujuan Kreatif

Dalam membuat suatu media promosi harus tepat dan efektif. Dan yang terpenting promosi yang kita buat harus menarik perhatian sehingga pesan yang disampaikan dalam menyampaikan citra Rumah Batik Jawa Timur dapat tersampaikan dengan baik.

Isi Pesan

Isi pesan adalah mengajak remaja untuk berkunjung untuk meningkatkan rasa tertarik remaja kepada kain batik tulis Jawa Timur menggunakan kalimat yang mengajak remaja untuk berkunjung dan berbelanja. Selain itu isi pesan mencantumkan bahwa Rumah Batik Jawa Timur menyediakan wadah untuk pelatihan membatik. Dengan begitu akan membuah remaja penasaran dengan proses dalam pembuatan kain batik tulis jawa timur. Remaja cenderung menyukai hal yang baru sehingga menimbulkan rasa penasaran dan ingin mencoba pelatihan membatik di Rumah Batik Jawa Timur.

Bentuk Pesan

Bentuk pesan dengan kalimat mengajak dan sebuah tantangan baru kepada remaja. Agar remaja lebih tertantang sehingga menimbulkan rasa tertarik untuk mencoba. Menggunakan desain yang menarik perhatian remaja akan mendukung dalam proses menyampaikan pesan kepada *target audience*.

Data Visual Media



Gambar 9. Iklan Surat Kabar



Gambar 10. Iklan Majalah



Gambar 11. Poster Event



Gambar 12. Kartu Nama Rumah Batik



Gambar 13. Invitation Rumah Batik



Gambar 14. Backdrop Event



Gambar 15. X-banner Event



Gambar 16. Tshirt Event



Gambar 17. Flyer Event



Gambar 18. Brosur Event

Penutup

Pada saat ini keberadaan Rumah Batik Jawa Timur memang kurang dikenal oleh remaja Surabaya karena ada beberapa faktor penyebabnya, misal seperti kurang mengerti seberapa menariknya kain batik, dianggap sesuatu yang kuno atau banyak orang yang lebih mengenal batik diluar Jawa Timur seperti batik tulis khas Jawa Tengah. Padahal batik tulis Jawa Timur memiliki motif dan corak yang beragam sehingga patut untuk dilestarikan.

Rumah Batik Jawa Timur ini kurang dikenal karena kurangnya media promosi yang dilakukan untuk meningkatkan popularitas dan penjualan kain batik tulis Jawa Timur. Berdasarkan dari survey membuktikan bahwa mengadakan sebuah event merupakan strategi yang pas untuk mengajak remaja untuk hadir dan berpartisipasi dalam event yang diadakan. Karena remaja cenderung lebih suka sebuah tantangan dan hal baru. Dimana tujuan yang ingin dicapai adalah meningkatkan minat remaja untuk melestarikan kebudayaan membuat batik tulis khas Jawa Timur. Dengan begitu pada akhirnya membuat merupakan sesuatu yang sedang tren dikalangan remaja Surabaya.

Perkembangan dunia *fashion* selalu naik dari tahun – tahun sebelumnya ini membuktikan bahwa sebenarnya remaja memiliki talenta untuk mendesain. Ini merupakan kesempatan yang bagus untuk mengajak desainer remaja ikut hadir meramaikan *event* yang diselenggarakan dan pada akhirnya remaja lainnya akan mengetahui dan menimbulkan rasa tertarik untuk mendesain batik tulis Jawa Timur. Diharapkan dengan diadakan *event* ini mampu memperkenalkan Rumah Batik Jawa Timur Sebagai wadah pelestarian budaya batik tulis Jawa Timur di remaja khususnya wilayah Surabaya.

Saran

Mempromosikan Rumah Batik Jawa Timur ini harus dibantu dengan melakukan media promosi secara terus menerus. Sehingga tujuan promosi yang diharapkan dapat terwujud tanpa memakan waktu yang cenderung lama.

Keberadaan kualitas produk yang diproduksi oleh Rumah Batik Jawa Timurnpun harus ditingkatkan agar mempermudah dalam mempromosikan produk unggulan. Maka dari kualitas sebuah produk sangatlah berperan penting dalam mempromosikan segala sesuatu.

Daftar Pustaka

- Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2005, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada)
- Ani, Bambang Yudoyono, Batikku : *Pengabdian Cinta tak Berkata*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2010
- Himpunan Pecinta Kain Tenun dan Batik Indonesia, *Pesona Batik Madura*, Jakarta, 1985 Jawa Pos, tanggal 17 Mei 2012
- Katalog Pameran, *Menguak Tradisi Batik Gentongan Madura*, Museum Tekstil, Jakarta, 2010
- Adib, Muhamad, *Etnografi Madura* : Departemen Antropologi FISIP Univ. Airlangga, Surabaya. 2008
- My Batik Story, *A Silent Labor of Love*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010 Ramelan, The 20th Century Batik Master Piece, KR Cummunication, 2010
- Susanto, Sewan, *Seni Kerajinan Batik Indonesia*, Balai Penelitian Batik dan Kerajinan, Lembaga Penelitian dan Pendidikan industry, Departemen Perindustrian RI, Jakarta, 1980